

SKRIPSI

JUDUL

PENGARUH FAKTOR HARGA, MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HEMAVITON DI GEDANGAN SIDOARJO

Disusun Oleh

EFENDI TAUFIK
0412010397/FE/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 27 Mei 2011**

**Pembimbing :
Pembimbing Utama**

**Tim Penguji :
Ketua**

Dr. Muhadjir Anwar, MM

Dr. Muhadjir Anwar, MM

Pembimbing Pedamping

Sekretaris

Drs. K. Eko Pranoto. SE, MM

Dr. Ec. Pandji. S, MM

Anggota

Dr. Ec. Herry. P, MM

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"**

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 19630924 198903 1001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Harga, Merek, dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Hemaviton di Gedangan Sidoarjo”.

Penulisan proposal ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

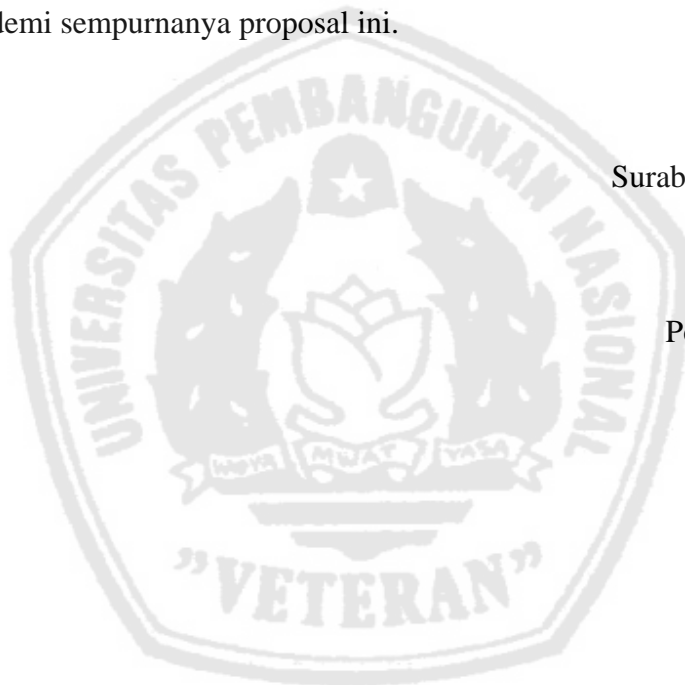
1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP., Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin N, MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM., yang telah meluangkan waktu guna membantu, mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini
5. Seluruh staf Dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmunya.

6. Bapak, Ibu dan keluargaku dan semua teman-teman yang selalu memberikan doa dan restunya kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati demi sempurnanya proposal ini.

Surabaya, Mei 2011

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.2.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.2.3. Pengertian Minat Beli	15
2.2.4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli ..	17
2.2.5. Pengaruh Fktor Harga Terhadap Minat Beli	23
2.2.6. Pengaruh Faktor Merek Terhadap Minat Beli	24

2.2.7. Pengaruh Faktor Kualitas Produk Terhadap	
Minat Beli	26
2.3. Kerangka Konseptual	28
2.4. Hipotesis	29
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	
3.1.1. Definisi Operasional	30
3.1.2. Pengukuran Variabel	32
3.2. Teknik Penentuan Sampel	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Teknik Analisis Data	
3.4.1. Asumsi Model (SEM)	35
3.4.2. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kasualitas	38
3.4.3. Pengujian Model Dengan One Step Approach	38
3.4.4. Pengujian Model Two Step Approach	38
3.5. Evaluasi Model	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	
4.2.1. Gambaran Umum Keadaan Responden	47
4.2.2. Deskripsi Variabel Harga (X_1)	49
4.2.3. Deskripsi Variabel Merek (X_2)	50
4.2.4. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)	51
4.2.5. Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	52

4.3.	Deskripsi Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis	
4.3.1.	Uji Normalitas Sebaran dan Linieritas	53
4.3.2.	Evaluasi Atas Outlier	54
4.3.3.	Deteksi Multicollolinerity dan Singularity	55
4.3.4.	Uji Validitas dan Reabilitas	55
4.3.5.	Pengujian Model Dengan One-Step Approach	59
4.3.6.	Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kasual	61
4.4.	Pembahasan	
4.4.1.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	63
4.4.2.	Pengaruh Merek Terhadap Minat Beli	64
4.4.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ...	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	67
5.2.	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

PENGARUH FAKTOR HARGA, MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HEMAVITON DI GEDANGAN SIDOARJO

Efendi Taufik

Abstraksi

Secara umum ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan faktor harga, merek, dan kualitas produk yang diduga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton. Faktor harga memang merupakan faktor yang mempengaruhi minat beli dalam menentukan pembelian sebuah produk Hemaviton. Harga adalah suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Faktor merek juga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton. Merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing. Selain harga dan merek, faktor kualitas produk juga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh harga, merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Hemaviton.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah Harga (X_1), Merek (X_2) dan kualitas produk (X_3). Skala pengukuran variabel menggunakan skala *semantic differensial*. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli dan pengguna produk suplemen hemaviton. Jenis data penelitian adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh sebagai tanggapan dari kuesioner yang disebarkan kepada responden dan juga hasil dari wawancara dengan pihak-pihak yang mendukung penelitian ini. Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM).

Dari hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga, merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap variabel minat beli.

Keywords : *harga, merek, kualitas produk, minat beli.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor industri yang cukup pesat dewasa ini membawa perubahan kepada pola hidup masyarakat dan tingkat kebutuhan hidup masyarakat akan barang-barang konsumsi. Oleh karena itu, produksi barang-barang konsumsi juga mengalami kemajuan pesat, yang pada akhirnya menyebabkan melimpahnya barang-barang konsumsi dan jasa dipasaran yang selanjutnya akan melahirkan persaingan antar produsen.

Terlalu banyaknya pekerjaan dan aktivitas yang tinggi menyebabkan masyarakat memerlukan minuman untuk mengembalikan stamina dan semangat agar dapat melakukan aktivitasnya kembali. Oleh karena itu, banyak bermunculan minuman – minuman bersuplemen yang dapat membantu memelihara kesehatan tubuh, menyegarkan badan, dan membantu metabolisme tubuh untuk menghasilkan stamina yang baru setelah melakukan aktivitas. Minuman – minuman bersuplemen yang dapat meningkatkan stamina tersebut diantaranya adalah : Enervon C, Hemaviton, Redoxon, CDR, dan Sangobion.

Bagaimana dengan perilaku mengkonsumsi multivitamin di masyarakat kita? Saat ini tingkat konsumsi multivitamin masyarakat lumayan baik. Parameter itu dapat dilihat dari survey yang dilakukan MARS Indonesia di Jakarta dan Surabaya bahwa hampir 64,7% masyarakat di kedua kota besar tersebut mengkonsumsi multivitamin dalam tiga bulan terakhir. Yang lebih mencengangkan lagi, frekuensi konsumsi pun cukup tinggi. Dalam satu bulan

terakhir rata – rata mereka mengkonsumsi multivitamin lebih dari 10 kali dengan porsi 61,9% untuk masyarakat Jakarta dan 33,4% untuk masyarakat Surabaya.

Lalu merek multivitamin mana yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat kedua kota tersebut? Terdapat lebih dari 45 merek multivitamin yang sekarang beredar di pasaran, namun hanya sekitar 10 merek saja yang mampu bersaing memperebutkan ceruk pasar.

Peringkat pertama berhasil diraih Enervon C dengan total porsi 17,9%. Menempel ketat di belakangnya adalah Hemaviton (17,0%), lalu Redoxon (16,6%), CDR (11,5%), Ester C (5,2%), Sangobion (3,9%), Supradyn (2,1%), Sakatonik Liver (1,8%), Fatigon (1,7%), dan Natur E (1,7%). Sedangkan merek – merek lain porsinya di bawah 1,5%.

Tabel 1.1. Multivitamin yang Paling Sering Dikonsumsi

Tabel. Multivitamin yang Paling Sering Dikonsumsi

Merek Multivitamin	Total	Jakarta	Surabaya
Enervon C	17,9%	17,9%	17,7%
Hemaviton	17,0%	15,0%	19,5%
Redoxon	16,6%	14,2%	19,5%
CDR	11,5%	11,5%	11,5%
Ester C	5,2%	6,4%	3,6%
Sangobion	3,9%	5,3%	2,1%
Supradyn	2,1%	1,4%	2,9%
Sakatonik Liver	1,8%	2,3%	1,1%
Fatigon	1,7%	1,6%	1,9%
Natur E	1,7%	0,9%	2,7%

Sumber : *Indonesian Consumer Profil 2008*

Dari kesepuluh merek di atas, Enervon C, Ester C, Sangobion, dan Sakatonik Liver leading di Jakarta. Sebaliknya Hemaviton, Redoxon,

Supradyn, Fatigon dan Natur E unggul di Surabaya. Sementara CDR berbagi angka yang sama untuk kedua kota tersebut yaitu 11,5%.

Alasan mereka mengkonsumsi multivitamin matoritas karena ingin meningkatkan stamina tubuh (63,7%) ketimbang sekadar untuk meningkatkan daya tahan tubuh (56,4%), penyembuhan dari sakit (6,4%), ataupun ingin menambah darah (1,1%).

Tabel 1.2. Data Penjualan Hemaviton Dari Tahun 2006 – 2009

No	Bulan	Jumlah Penjualan			
		2006	2007	2008	2009
1	Januari	450	375	475	510
2	Februari	395	390	225	495
3	Maret	240	425	345	325
4	April	225	325	250	445
5	Mei	425	245	315	415
6	Juni	450	320	420	315
7	Juli	525	415	445	225
8	Agustus	365	345	325	245
9	September	390	225	230	330
10	Oktober	415	425	225	410
11	November	550	250	415	325
12	Desember	625	315	310	215
TOTAL		5.055	4.065	3.975	4.255

Sumber : Apotik Mulia Farma

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, terlihat adanya penurunan data penjualan. Penurunan menandakan adanya minat beli yang rendah. Kecenderungan minat beli yang rendah disebabkan oleh faktor : Harga, Merek, dan Kualitas Produk.

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang. Swastha dan Handoko (2000 : 10) mendefinisikan perilaku konsumen adalah kegiatan – kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan

penentuan kegiatan – kegiatan tersebut. Apabila suatu usaha pemasaran tidak memperhatikan perilaku konsumen atas keinginan produk yang dibutuhkan, maka perusahaan akan mengalami penurunan penjualan yang disebabkan menurunnya minat beli konsumen atas produk yang dijual oleh perusahaan.

Secara umum ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan faktor harga, merek, dan kualitas produk yang diduga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton.

Faktor harga memang merupakan faktor yang mempengaruhi minat beli dalam menentukan pembelian sebuah produk Hemaviton. Harga adalah suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, (Tjiptono 1995 : 151). Harga yang rendah merupakan sebab utama sebuah produk dibeli, meskipun kualitasnya rendah. Karena, konsumen menyadari untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik tentunya memiliki harga yang mahal. (Tom, 1998).

Faktor merek juga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton. Merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakan dari produk pesaing. (Kotler, 2002 : 460), Fakta yang ditemukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa merek sebagai atribut produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap struktur keputusan pembelian, berarti didukung oleh teori ini. Secara empirik hasil penelitian ini mempunyai persamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo, 2000) yang

menyatakan bahwa secara parsial merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain harga dan merek, faktor kualitas produk juga mempengaruhi minat beli dalam membeli produk Hemaviton. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat, (Kotler, 1997 : 49). Kualitas produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Kotler, 2006). Didalam mengembangkan sebuah produk, produsen harus menentukan mutu yang akan mendukung posisi produk itu di pasaran. Mutu dapat didefinisikan sebagai memberikan yang lebih besar atau lebih unggul dalam suatu produk sebagai pembandingan dengan alternative bersaing dari pandangan pasar. (Garvin, 1998: Zeithami, 1988 dalam Sethi, 2000). Mutu juga merupakan konsep sentral dalam strategi pemasaran karena dapat membangun kepuasan konsumen.

Dengan melihat latar belakang diatas, peneliti membuat judul “Pengaruh Faktor Harga, Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Hemaviton Di Gedangan Sidoarjo”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut diatas maka perumusan masalah dalam hal ini adalah :

- A. Apakah faktor harga mempengaruhi minat beli produk Hemaviton ?
- B. Apakah faktor merek mempengaruhi minat beli produk Hemaviton ?

C. Apakah faktor kualitas produk mempengaruhi minat beli produk Hemaviton ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli produk Hemaviton.
- B. Untuk menganalisis pengaruh merek terhadap minat beli produk Hemaviton.
- C. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk Hemaviton.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian dan penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

- **Bagi Peneliti**

Disamping sebagai tugas akhir yang menjadi syarat untuk menyelesaikan program studi S1 juga untuk mengetahui kebenaran teori yang didapat selama kuliah serta menambah pengetahuan dan memperluas wawasan yang dapat dipakai sebagai bekal jika terjun ke masyarakat.

- **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan sebagai bahan pertimbangan dimasa akan datang dalam menerapkan strategi pemasaran. Penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai studi banding oleh peneliti lain yang ingin meneliti masalah yang sama, serta kemungkinan pengembangannya.